INTERNET, ¿EMANCIPACIÓN O DOMINACIÓN?

¿ Es Internet hoy una red para la emancipación o para el sometimiento? ¿Permite su arquitectura actual conexión social, acceso al conocimiento y a información fidedigna? ¿Ayuda, como prometió en sus inicios, a mejorar las condiciones de vida y desarrollo para todos y todas? ¿O será una red centralizada, controlada por un puñado de gobiernos y monopolios corporativos que mercantilizan nuestros datos, vigilan nuestras actividades en y fuera de la red y promueven la continuidad de la dominación? ¿Qué Internet queremos? ¿De qué depende?



Analistas participantes en el Foro de Comunicación para la Integración de NuestrAmérica (FCINA) y del proceso regional Latinoamericano hacia el Foro Social de Internet.

Redes digitales, realidad-virtual y la necesidad de aggiornar las herramientas de lucha



Por Aram Aharonian

Mucho se habla, mucho se teoriza, pero lo cierto es que es la imagen romántica que los medios hegemónicos propagandean se ha ido deteriorando rápidamente ante la sistemática violación de la privacidad y la manipulación de datos personales y el uso de la redes sociales digitales como plataforma de expansión del terrorismo mediático a través de mentiras y falsedades, fake-news, utilizados para imponer imaginarios colectivos acordes a los intereses de las grandes megacorporaciones trasnacionales.

Sin duda, las redes sociales digitales ocupan un lugar central en la vida social y política de nuestros países y de nuestros pueblos, y por lo tanto es un espacio de disputa que permite popularizar, expandir y visibilizar el accionar de los colectivos sociales

Hoy vivimos insertos en un modelo de desarrollo corporativo privado de Internet y de las tecnologías digitales, impuesto desde los centros de poder universal. Lo lamentable es que sibien el desarrollo de la tecnología se realizó con inversiones públicas, todo eso se entregó para su explotación, al sector privado, hoy cada vez más concentrado en el llamado Clñub de los Cinco: Google (Alphabet Inc.), Microsoft, Facebook (que integra WhatsApp), Apple y Amazon, son los destinatarios de todas nuestra conexiones diarias en internet.

Estas megacorporaciones cuentan con plataformas tecnológicas basadas en software, que han logrado penetrar en la intimidad de cada ciudadano y ser el centro del deseo de pertenecer a la comunidad digital organizada.

Las plataformas Uber, Airbnb, WhatsApp, Facebook, Instagram, Alibaba, etc. han empoderado a las empresas más ricas del planeta. Solamente con crear un ámbito para intermediar la conexión de personas y servicios pagos para los usuarios (ciudadanos) de las redes sociales y servicios TICs, nos integraron a un ecosistema donde no tenemos ni voz, ni voto. Si aceptas, perteneces y pasas a ser "usuario", sino te quedas afuera.

Hoy, alrededor del mundo, una inmensa gama de organismos gubernamentales y partidos políticos están explotando las plataformas y redes sociales para difundir desinformación y noticias basura, ejercer la censura y el control y socavar la confianza en la ciencia, los medios de comunicación y las instituciones públicas.

En los dos primeros años de su gestión, reveló el Washington Post, el presidente estadounidense Donald "Pinocho" Trump realizó siete mil 645 declaraciones falsas o engañosas y en los últimos 12 meses pronunció 15 en promedio. El tuit aguanta todo, pero lo peor es que crea imaginarios colectivos a lo largo y ancho del mundo. ¿A quién se le puede ocurrir que un presidente sea tan mentiroso, tan manipulador?

Pero el de este presidente que gobierno por Twitter no es el único caso: La campaña electoral del ultraderechista Jair Bolsonaro se basó justamente en el uso de los datos personales de los usuarios para la difusión de sus mentiras y diatribas, sus fake news, que hicieron mella en el imaginario colectivo de una población desinformada, pero ávida de cambios.

Ni un debate con sus contendores, ni un discurso sustancioso, sólo lecturas del teleprompter y la explotación de la homofobia, la xenofobia, el racismo por las redes sociales, en especial whatsapp y twitter, y el apoyo de dos medios televisivos hegemónicos como las redes Globo y la Record. Y lo peor, es que varios gobiernos y partidos de la derecha latinoamericano-caribeña ven en este modelo su posibilidad de acceso al poder y a las riquezas de nuestros países.

Lo sucedido el 10 de enero en Venezuela fue la negación de lo que se esperaba de acuerdo a lo difundido por la prensa hegemónica cartelizada y las redes sociales: no hubo colapso social, ni alzamiento, ni cierre de negocios,, ni hecatombe diplomática, y Nicolás Maduro asumió en total normalidad su segundo período constitucional.

El problema ha sido que aquellos que inventaron una verdad virtual y trataron de imponer imaginarios colectivos mediante los medios hegemónicos cartelizados, a tuitazos o por las redes digitales, se tropezaron con la realidad-real. Y la única verdad es la realidad, decía Aristóteles, rescataba Immanuel Kant y popularizaba Juan Domingo Perón.

El consumo de noticias es cada vez más digital, y la inteligencia artificial, el análisis de la Big Data (que permite a la información interpretarse a sí misma y adelantarse a nuestras intenciones) y los algoritmos de la "caja negra" son utilizados para poner a prueba la verdad y la confianza, las piedras angulares de la llamada sociedad democrática occidental.

También son muy pocos los dueños de la infraestructura que permite el uso de la Internet en todo el mundo, y de los servicios que sobre ella se brindan. La propiedad de los cables de fibra subacuáticos, las empresas que se alojan y controlan el NAP de las Américas, los grandes centros de datos como Google, Facebook, Amazon o los llamados "servicios en la nube" como Google Drive, Amazon, Apple Store, OneDrive, son megacorporaciones trasnacionales, en su mayoría con capitales estadounidenses.

Hoy, de las seis principales firmas que cotizan en bolsa, cinco de ellas son del rubro de las TIC: Apple, Google, Microsoft, Amazon y Facebook.

Campo popular: aggiornar la lucha

Los temas de vigilancia, manipulación, transparencia y gobernanza de Internet, al video como formato a reinar en los próximos años, el hecho de que los mismos televisores se van convirtiendo en una pantalla más a donde llegan los contenidos manipulados por las grandes corporaciones, debieran estar en la agenda prioritaria de gobiernos y movimientos sociales y de nuestra izquierda progresista.

Pareciera que a la izquierda, a los movimientos y medios populares de comunicación, nos empujan a pelear en campos de batalla equivocados o ya perimidos, enarbolando consignas que no tienen correlato con este mundo nuevo, mientras las corporaciones mediáticas hegemónicas desarrollan sus estrategias, tácticas y ofensivas en nuevos campos de batalla donde se pelea con nuevas armas.

En estos nuevos campos de batalla, en esta guerra cultural, la realidad no importa. Quizá ya ni se trata de la guerra de cuarta generación, la que ataca a la percepción y sentimientos y no al raciocinio, sino a una guerra de quinta generación, donde los ataques son masivos e inmediatos por parte de megaempresas trasnacionales, que venden sus "productos" (como sus bases de datos, perfiles y el espionaje) a los Estados.

Nuestros investigadores no han estado atentos a la integración vertical de los proveedores de los servicios de comunicación con compañía que producen contenidos, la llegada de los contenidos directamente a los dispositivos móviles, a la trasnacionalización de la comunicación, convirtiendo a la información en campañas de terrorismo mediático... mientras apenas denunciamos lo fácil que está siendo convertir a la democracia en una dictadura manejada por las grandes corporaciones.

Seguimos peleando guerras que ya no existen, preocupados por seguir con la satanización de las nuevas tecnologías, por la denunciología, sin definir estrategias y líneas de acción.

Hoy el campo de batalla está en Internet, en el Big Data, en los algoritmos, en la inteligencia artificial, con insistencia discursiva anclada en el pasado y con una agenda diseñada en países centrales, que no incluyen nuestras realidades. No alcanza con buscar nuevos caminos -en las catarsis colectivas de seminarios, foros, reuniones, conciliábulos, escritos-, sino de idear, crear soluciones específicas al aislamiento y endogamia de nuestros sitios populares, alternativos a los mensajes hegemónicos, comunitarios, populares.

Las redes sociales digitales brindan la posibilidad de expresar algo sobre uno mismo, o desde el sí mismo, son una forma de hacer pública la vida cotidiana a través de las redes sociales, lo que implica que lo privado es público y lo público es privado.

Nos quisieron hacer creer que la Primavera Árabe fue generada por las redes sociales: sólo los pueblos pueden hacer una revolución. También que el otros fenómenos con el argentno de NiUnaMenos y otros estallidos sociales, fueron causados por ellas. Las redes sirven para comunicar, coordinar, socializar mensajes, organizar campañas y articularlas nacional e internacionalmente (como la del primer paro internacional de mujeres del 8 de marzo del 2017, con la adhesión de 57 países).

Las redes sociales tienen capacidad de multilateralidad, de interacción, de participación, de llegada masiva a diferentes tipos de usuarios, gratuidad e inmediatez, pero lejos de solventar las falencias de los medios y/o solucionar algunos de los problemas de las democracias actuales, llegó el momento de la desconfianza en estas herramientas.

Y, junto al desconento, el reclamo de su regulación, un reclamo que incluye muchas aristas, disputas, conflictos, y la definición primaria sobre qué tipo de regulación: de la propiedad de las compañías que ofrecen el servicio de las redes, del acceso a las mismas, de los formatos posibles o de los contenidos.

** Periodista y comunicólogo uruguayo. Magíster en Integración. Fundador de Telesur. Preside la Fundación para la Integración Latinoamericana (FILA) y dirige el Centro Latinoamericano de Análisis Es-*

La invasión digital de los cuerpos y las mentes



Por Sally Burch *

Ya no es novedad para nadie que el uso de Internet trae crecientes problemas de privacidad y seguridad. Sería un error pensar que son fallas del sistema; más bien son la esencia misma del actual modelo de desarrollo de Internet, que responde a los intereses de grandes corporaciones –y de agencias de seguridad–, antes que de los usuarios.

Los datos, que son el oro de la nueva economía, representan la conversión en formatos digitales de rasgos de comportamiento de personas y grupos sociales. No sólo lo que expresan o exteriorizan al interactuar en Internet, sus búsquedas, intereses y redes de contactos, sino también, y cada vez más, datos biométricos de los cuerpos, junto con los pensamientos, gustos, dolencias y estados de ánimo que todo ello desvela, y que los aparatos inteligentes, cámaras, sensores y algoritmos son cada vez más expertos en captar e interpretar.

Para las empresas que explotan Internet, la privacidad es un estorbo a sus ganancias. Pero como saben que para sus usuarios eso es un contrasentido, buscan nuevas maneras de extraer sus datos, con o sin su consentimiento. Allí entra la "Internet de las cosas"... Si te pueden convencer que un auto que monitorea cómo manejaste protege mejor, que una cama inteligente te ayuda a dormir, y que la "condición necesaria" será compartir estos datos con la empresa proveedora, allí está el negocio redondo. Una fuente inagotable de datos para vender a empresas de seguros, de somníferos, incluso a entidades políticas.

Se estima que hoy en el mundo hay entre 10 y 20 mil millones de aparatos conectados a Internet. Algunos pronósticos prevén que con las conexiones 5G, que transmitirán a una velocidad mucho mayor, se podría llegar a un billón en pocos años. Con los espacios públicos invadidos de cámaras y sensores y con 8 o 10 aparatos "inteligentes" en cada hogar, hasta la privacidad más íntima prácticamente dejará de existir.

Pero posiblemente esto no es lo más grave. El 5G, que es la condición para esta Internet de las Cosas, ya está en fase de experimentación y se espera masificarlo a partir de 2020.Como sólo funciona a corta distancia, se prevé instalar antenas cada 10 a 12 casas en áreas urbanas, lo que aumentará enormemente la exposición a estas radiaciones.

Muchos estudios científicos señalan la nocividad de esta exposición, con evidencias de efectos cancerígenos, estrés celular, aumento de los radicales libres dañinos, daños genéticos, cambios del sistema reproductivo, déficit de aprendizaje y memoria, trastornos neurológicos e impactos negativos en el bienestar general. Y efectos nocivos también en animales y plantas.

Es más, ni siquiera las zonas rurales y remotas escaparían a estas radiaciones, ya que se prevé instalar satélites de baja órbita para llegar a todos los rincones de la tierra, con efectos posiblemente aún más dañinos. Miles de científicos de todo el mundo han firmado peticiones (1) pidiendo que gobiernos y organismos multilaterales pongan una moratoria al despliegue de la tecnología 5G, al menos hasta hacer los estudios de impacto adecuados.

¿Qué alternativas existen frente a este proyecto desquiciado de sociedad que busca mercantilizar lo más íntimo de nuestros cuerpos y nuestras mentes, al precio de sometérnos a un experimento tecnológico de alto riesgo para la salud y el medio ambiente?

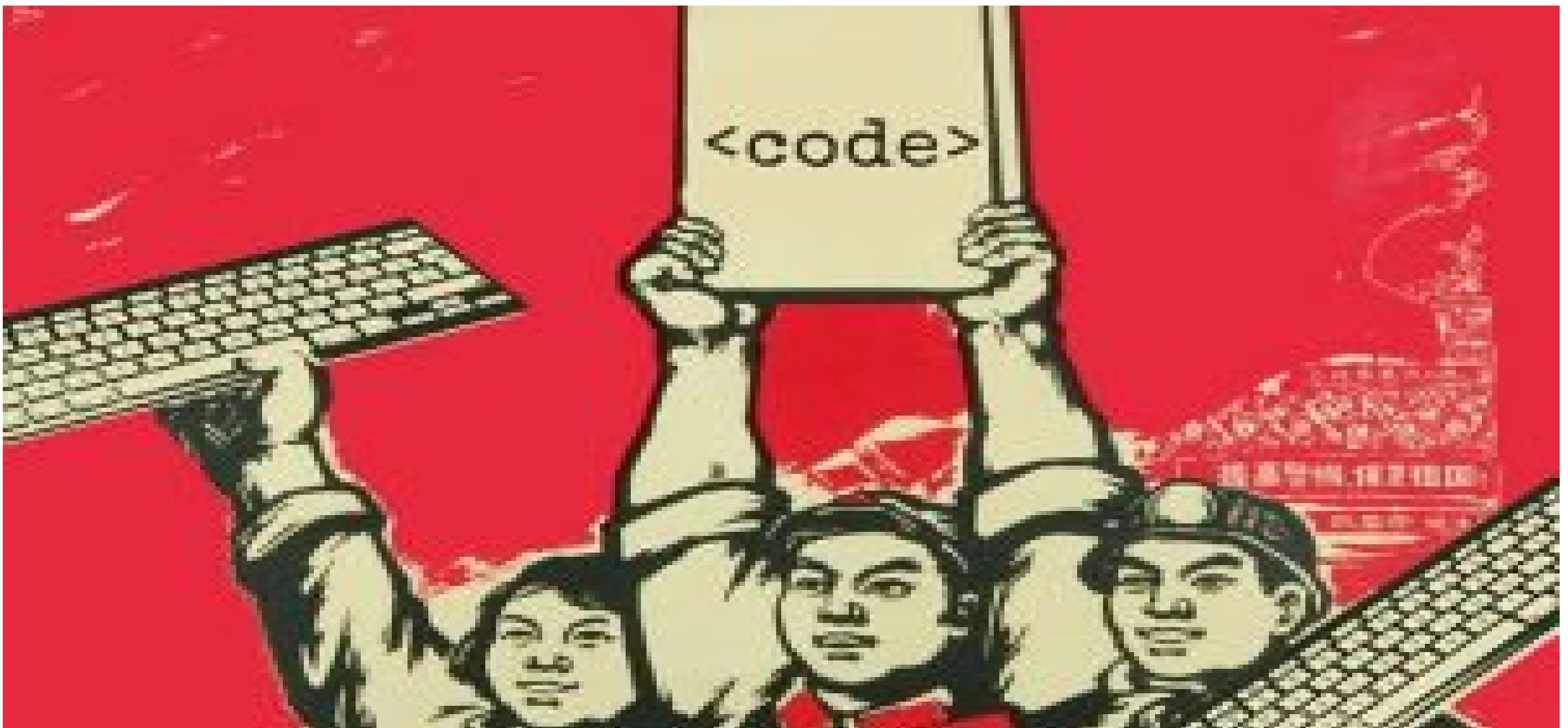
No es que la tecnología digital en sí sea mala; podría traer grandes beneficios a la sociedad, siempre que la humanidad establezca prioridades para su desarrollo, como el principio de precaución y estudios de impacto antes de generalizar nuevas tecnologías; y colocar los derechos humanos por encima de intereses mercantiles.

Es más, ya existen iniciativas de desarrollo de Internet con criterios más humanos, bajo modelos descentralizados, como las redes libres: lo que llamamos la "Internet ciudadana". Con inversiones adecuadas, éstas se podrían ampliar y perfeccionar, si bien podemos esperar resistencia e intentos de cooptación por parte de las fuerzas que controlan Internet.

Una Internet de las Cosas masiva, bajo un modelo centralizado en manos de megacorporaciones o gobiernos, no responde a ninguna necesidad social real; pero a estas alturas, parece que sólo un amplio movimiento ciudadano podría frenarla.

**** Periodista y activista de los derechos de la comunicación angloecuatoriana, directora de la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI) y miembro del grupo coordinador del Foro Social de Internet. están cambiando el panorama actual de las redes sociales digitales?***

Por una Internet para la liberación,
¡Ciudadanos de todos los países, uníos!



Por Javier Tolcachier *

La red telemática conocida como "Internet" no es un simple pasatiempo ni una realidad paralela o virtual. Mucho menos un repositorio de acceso libre al conocimiento universal. Internet constituye hoy ya el principal campo de interacción, de generación y distribución de contenidos. Esto en sí, la convierte en espacio central de disputa entre control y libertad, entre usina de manipulación y coacción de la intencionalidad humana o elección plena de sentidos.

Pero lejos de restringirse solamente al decisivo factor subjetivo, la Internet va tomando el papel de medio de producción esencial, siendo evidente su función en el sector servicios y en el corto plazo, al acecho de conquistar una importante porción del sector manufacturero.

Internet consolida a través de su estructura física y su arquitectura operativa actuales la pervivencia de un sistema de dominación geopolítica, incluyendo –incluso perfeccionando- las funciones de espionaje y vigilancia pertinentes a dicho sistema.

La globalidad de su intermediación apuntala la posibilidad del accionar multinacional y la restricción del poder democrático de las poblaciones.

Tan sólo por estas breves razones, la "red de redes" debiera estar en el corazón de las luchas estratégicas de los pueblos.

Internet como medio de producción

Internet ha favorecido la internacionalización del comercio, los servicios financieros y la producción, siendo una herramienta clave para la globalización dirigida y la expansión del poderío de conglomerados transnacionales. Sin internet, no hubiera sido posible deslocalizar y coordinar unidades productivas distantes, movilizar de manera instantánea capitales, ni vender a distancia. O sea, no hubiera sido posible ampliar la explotación de mano de obra de salario ínfimo, alimentar la especulación financiera, ni evadir obligaciones fiscales territorialmente aplicables. Internet, en su forma actual, lejos de ser un factor de nivelación social, ha sido primariamente funcional al capital.

Su importancia se revela en el hecho de que las empresas surgidas en la fragua de esta red están colocadas en los primeros lugares de los índices de valor empresarial.

Por otro lado, la aparición de la "internet de las cosas", tenderá en el ámbito industrial al progresivo reemplazo de la producción serial de objetos por la fabricación personalizada a distancia, mientras que la interconexión de productos ("cosas") al ámbito virtual operará automatismos cuyos límites son hoy difíciles de precisar.

La discusión en curso sobre si la segura eliminación de labores -hoy realizadas por seres humanos- se corresponderá con una generalización de tareas de mayor inteligencia, igual magnitud y mejor remuneración, es fácil de dilucidar. Si el capital continúa dominando la internet, no hay duda alguna que el nuevo paisaje no aportará mayor equidad social ni subsistencia digna para todos. Por el contrario, la necesaria realineación formativa –pregonada hoy por los círculos de la alta empresa -y preeminente en la hipocresía discursiva de gobernantes afines- mejorará sólo las posibilidades de sectores consustanciados con el manejo tecnológico, urbanos y medios, relegando, una vez más, a los postergados, cuya situación de desventaja impedirá y justificará su sistemática exclusión.

Internet como medio de acceso al conocimiento

El acceso a los repositorios donde están ubicados los contenidos de la Internet, se realiza en una enorme proporción de forma intermediada, a través de buscadores. El más conocido motor de búsqueda, propiedad de la corporación Alphabet Inc., concentra de modo casi monopólico –alrededor de un 92% (2018)- las solicitudes. Los procedimientos algorítmicos a través de los cuales el sistema "encuentra" respuestas, contienen una clara intencionalidad que jerarquiza contenidos. Así, el acceso al conocimiento, en la práctica actual, es dependiente de esta empresa y sus operaciones e intereses.

Internet como medio de dominación geopolítica

Hasta 1995 la conexión a la incipiente "red de redes" estuvo gobernada con exclusividad por la National Science Foundation (NSF), agencia federal estadounidense dependiente del National Science Board (NSB), cuyos 25 miembros son seleccionados por el presidente de los EEUU. A partir de allí, el acceso a la red fue concesionado a cuatro proveedores privados, todos ellos estadounidenses.

La asignación de dominios, hasta 2016, estuvo a cargo de ICANN, corporación público-privada del mismo país. En la base de la estructura primaria de Internet hay trece "servidores raíz", la mayor parte de los cuales son operados desde los EEUU, algunos bajo directa intervención de agencias militares. Los nodos de interconexión física por cable submarino que mayor tráfico registran, están en las costas Este, Oeste de los EEUU y en la península de Florida, junto a los de Frankfurt, Ámsterdam y Londres. Las mayores empresas que prestan servicios de conexión y aplicaciones pertenecen al país ya citado.

A lo que se agrega la enorme red de vigilancia masiva ilegal dirigida por la Agencia de Seguridad Nacional (NSA) de los Estados Unidos de América, la que en conjunto con agencias de varios países y con la "contribución" de las principales empresas del rubro, espían, roban datos y configuran perfiles de miles de millones de usuarios de Internet.

Todo ello no deja duda alguna sobre la



intención de dominación, la posibilidad de influir geopolíticamente, sobre el impacto económico y el trasfondo cultural que privilegia la Internet "realmente existente".

Internet para la liberación

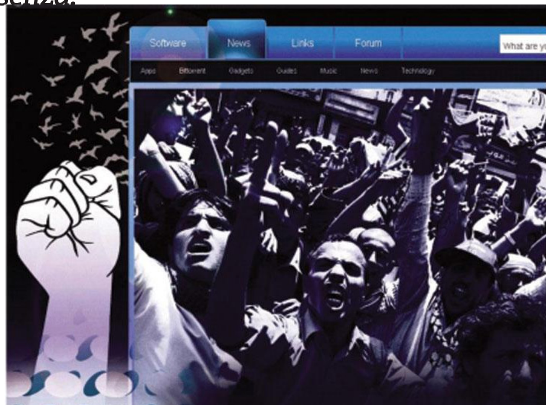
Para pensar a Internet como una red que ayude a liberar a los pueblos, es preciso pensar en liberarla de su influjo fundacional y la trayectoria acumulada al servicio del interés del poder establecido.

La actual gobernanza multilateral (modelo "multistakeholder" o de múltiples partes interesadas) que incluye gobiernos, organizaciones de la sociedad civil, sector empresarial, academia y expertos tecnológicos, representa hoy un contrapeso (aunque parasistémico) ante la avidez corporativa, que busca mercantilizar por completo y verticalizar lo que alguna vez se pensó como descentralizado, neutral y horizontal.

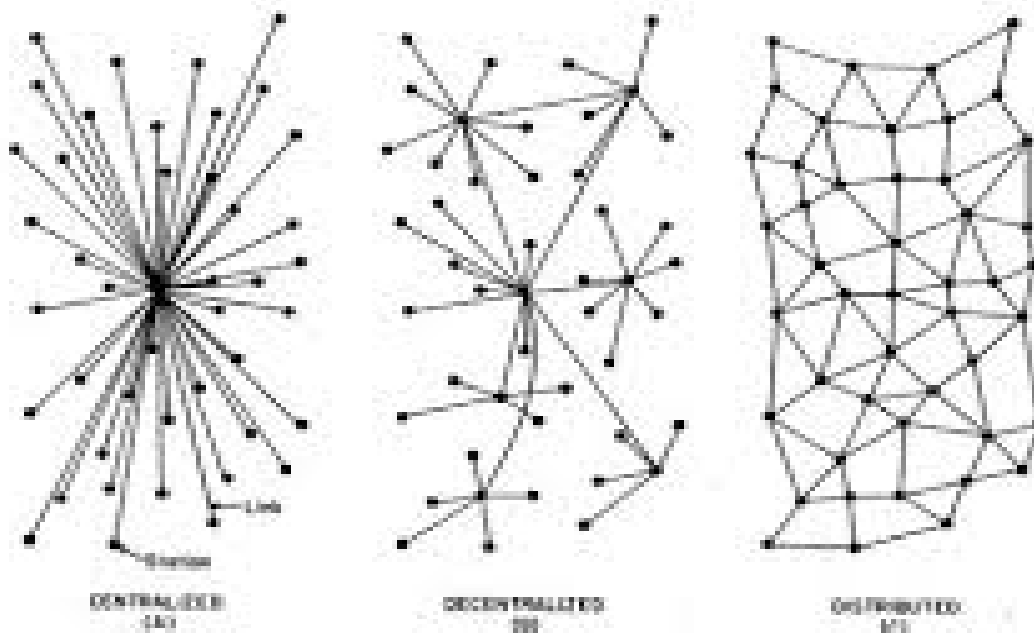
Pero si se piensa en Internet como medio de producción y prestación intrínseca al capitalismo financiero globalizado, si se la comprende como medio fundamental de manipulación antidemocrática y sumisión geopolítica; ¿Cuáles son las medidas a incluir en un programa de reivindicaciones emancipador? ¿Deberá ser expropiada?, ¿declarada de propiedad común?, ¿derecho humano inalienable?, ¿servicio público esencial? ¿Nacionalizar sus operadores? ¿Restringir su actividad mediante legislación de estado?; ¿Someterla a escrutinio y gobernanza pública? O quizás sea necesaria una pregunta anterior: ¿Cuánto de esto forma parte de nuestras actuales deliberaciones?

Despertar la conciencia y la acción ciudadana, popular y colectiva respecto a este entramado crucial para la época, parece ser un inicio ineludible.

** Investigador del Centro de Estudios Humanistas de Córdoba y comunicador en agencia internacional de noticias Pressenza.*



Las redes sociales libres, redes nuestras



Por Miguel Guardado Albarreal *

¿Qué son las llamadas «redes sociales libres»? ¿Qué las caracteriza? ¿Qué implican? ¿Por qué están cambiando el panorama actual de las redes sociales digitales?

A finales de la década del 2000, cada vez más personas empezaban a cuestionar el rumbo que estaban tomando las redes sociales comerciales que, entonces, estaban construyendo su hegemonía a nivel mundial: principalmente Twitter y Facebook. Entre los problemas que ya entonces (1) se observaban están la pérdida de privacidad, la concentración de capital, las tendencias monopolísticas y la concentración de las decisiones relativas al funcionamiento mismo de las redes y a sus contenidos —incluyendo la censura—, entendiendo que todo ello deriva en una concentración de poder inaudita y a todas luces inadmisible para quienes defendemos los principios democráticos.

Al calor de estas preocupaciones nacen Diaspora y GNU Social, entre otras. El objetivo era generar redes sociales digitales (RSD) que los usuarios mismos pudieran gestionar, con tres valores como horizonte: libertad, privacidad y descentralización.

Simultánea o posteriormente aparecerían Friendica, Pump.io, Quitter... Otras redes más recientes hacen que este universo federado goce de un aumento significativo en las posibilidades de uso —Hubzilla, verdadera plataforma multiuso; PeerTube, alternativa distribuida a YouTube— o en el número de usuarios —destaquemos el éxito de Mastodon—.

Por sus características estructurales, todas estas plataformas se consideran RSD libres, distribuidas y federadas.

Ya, pero... ¿por qué libres?

Estas plataformas reposan sobre programas informáticos que cumplen con las cuatro libertades (2) del código libre. Esta característica hace que sea casi imposible que unas manos se hagan con el control de toda la red. De ella se derivan otros rasgos:

La red se compone de una multitud de servidores —células conectadas unas con otras, donde se ejecuta el programa de la red y se almacenan los datos de los usuarios—. Los usuarios pueden decidir entre montar su propio servidor o usar el servidor de otro usuario.

La comunidad de usuarios puede examinar en todo momento el código de los programas y asegurarse de que no tenga funciones perniciosas.

La gestión del código es colaborativa. Muchas manos contribuyen a mejorarlo y a adaptarlo a las necesidades de los usuarios.

¿Y qué es eso de «distribuidas»?

Los usuarios, al montar sus propios servidores, constituyen una malla de nodos que se comportan como iguales, en un esquema horizontal, sin jerarquía, abierto y orgánico (modelo C de la ilustración).

En este esquema, los servidores o nodos son autogestionados e independientes. Pueden decidir cómo funcionar, cómo financiarse, cómo manejar los datos que contienen, qué políticas seguir sobre los contenidos, etc.

De la misma forma, los usuarios podemos movernos de un servidor a otro —igual que cambiamos de cuenta de correo electrónico— si las condiciones de un servidor concreto no nos satisfacen. Las ganancias en libertad y diversidad son evidentes.

¿Federadas?

Las redes libres tienden a federarse unas con otras. Al compartir protocolos estándar, o «hablar lenguajes comunes», los usuarios de Diaspora pueden comunicarse con los de Hubzilla o Friendica; y estos, con los de Mastodon o GNU Social. De esta forma, se construyen espacios de comunicación abiertos y cada vez más amplios.

Así, se desactiva la coacción emocional que sufrimos en las redes comerciales-privativas «cerradas» —las que deciden no ser compatibles, no comunicarse con sus iguales—, esa coacción que nos lleva a unirnos a una red y a no salir de ella por miedo a

vernos aislados.

Otras ventajas

Frente a las redes comerciales-privativas, hay muchas otras ventajas en las redes libres. Podríamos destacar las siguientes:

No tienen enfoque comercial, no comercian con nuestros datos. Nuestra relación con ellas no es mercantil —no somos el producto ni el consumidor— sino de cooperación voluntaria.

- No introducen publicidad.
- No nos incitan constantemente a usarlas, por lo que son más sanas, menos adictivas.
- Permiten el anonimato.
- Permiten tomar decisiones de forma colectiva.
- No usan algoritmos que deciden qué contenidos vemos y cómo.

¿Qué implica esto en la práctica?

Contar con redes autogestionadas de forma distribuida es una ganancia para la democracia de internet y para la soberanía en el ámbito de la comunicación social. Además, podría ser el último recurso que tengamos para contrarrestar los crecientes monopolios y bajar al nivel de los usuarios el poder que acumulan las empresas que poseen las redes comerciales-privativas.

Los individuos y organizaciones que desean disfrutar de las ventajas que aportan las RSD, pero prefieren hacerlo en un marco ético, están transitando hacia las redes libres. Ahí encuentran un espacio de interacción con gente de todo el mundo y rico en contenidos. Puede resultar más interesante —aunque no necesario— transitar acompañados de otras personas de nuestro entorno socioafectivo (familiares, amigos, compañeros de trabajo...).

A quienes usan las RSD para difundir contenidos propios se les puede hacer más difícil renunciar a las golosas cifras de personas que les sigan en los espacios cerrados de las redes privativas. Hay organizaciones que drásticamente migran hacia redes exclusivamente libres. Otras prefieren mantener un pie en cada mundo mientras facilitan la transición de su público. En tal proceso, ayudará comunicar debidamente cuál es la posición de la organización al respecto y cómo se pueden seguir sus contenidos en redes libres.

En cualquier caso, conviene tener en mente que no somos simples usuarios, receptores pasivos, sino actores, con una cuota de poder relativa. Nuestras decisiones y gestos cotidianos modelan las decisiones y gestos de quienes nos rodean. Decía Kevin Kelly —fundador de la revista Wired— que «los seres humanos somos los órganos sexuales de la tecnología». En nuestras manos está, pues, reproducir uno u otro modelo.

Notas:

1.-Antes de que E. Snowden revelase la participación de los gigantes de internet en PRISM, el programa de vigilancia masiva del Gobierno de EEUU.

2.- Estas célebres cuatro libertades, definidas en 1986 por la Free Software Foundation, son las siguientes: poder ejecutar el programa; poder examinar su código; poder compartir copias del programa y poder adaptar el programa modificando el código y compartir nuestra versión modificada.

** Integra Comuna Digital. Participante en el Foro de Comunicación para la Integración de NuestrAmérica (FCINA) Foro Social de Internet.*

--



La comunicación política entre el ágora y el whatsapp

Por Adalid Contrers Baspineiro *

No hay, definitivamente, una sola manera de conceptualizar ni de operativizar la comunicación política. Su comprensión depende de la articulación que resulta entre procesos históricos, concepciones comunicacionales y propuestas políticas. Con la finalidad de ponernos de acuerdo sobre lo que vamos a hablar en este artículo, propongo entender la comunicación política como las batallas discursivas por las resignificaciones para el poder y la hegemonía.

Comunicación para el poder y la hegemonía

La acepción de batalla está relacionada con la noción de campo político que Bordieau emplea para entenderlo como un microcosmos o sistema de distancias entre polos relacionalmente opuestos y distintos, que se confrontan por cambiar, o conservar, las relaciones de poder que estructura cada campo. Esto supone la lucha por el poder y la hegemonía considerando ideologías, actores políticos, fuerzas sociales y medios. A su vez, la noción de las construcciones discursivas para las resignificaciones tiene que ver con las representaciones y sentidos que se le dan a las producciones discursivas, esto es, los procesos comunicacionales que se generan en -y alimentan- las luchas o prácticas sociales y políticas por el poder con un proyecto político y una ideología definidos y la hegemonía con gobernabilidad de una propuesta de sociedad.

Más operativamente, la comunicación política abarca la totalidad del proceso de comunicación (producción, intercambios, interacciones, resignificaciones) de sentidos de sociedad, cultura, política y espiritualidad. Se trata de trabajar argumentaciones discursivas (mensaje) y sus formas de enunciación (géneros, formatos, estética) en situaciones de cotidiana disputa discursiva del campo político, ya sea para fortalecer y confirmar militancias; o desenraizar y/o deslegitimar seguridades, imagen y discurso de los opuestos; o generar empatías con los indecisos.

Esta disciplina se apoya inexcusablemente en procesos de investigación cuantitativa y cualitativa múltiples (de contexto, de sujetos, de escenarios, de instituciones, de discurso, de tendencias...) y se expresa mediante rigurosos sistemas de planificación de estrategias, que deciden el sentido de los discursos y sus dispositivos para ganar la batalla por las resignificaciones en función de objetivos claramente definidos, además con la flexibilidad cotidiana de la definición de las tácticas más adecuadas, sean de ataque o defensa, diseñados en el marco de escenarios posibles.

Dicho esto, en este documento vamos a analizar someramente las principales formas de comunicación política en el mundo occidental, a saber: la retórica, la interrelación, la videopolítica, y la ciberpolítica. Estas formas, si bien tienen un surgimiento secuencial en el tiempo, no se anulan aunque a veces se nieguen, sino por el contrario se combinan en sistemas multidiscursivos cada vez más complejos. Esta clasificación tiene el sesgo de su legitimidad en la cultura occidental, por lo que queda pendiente el reconocimiento y sistematización de otras formas de comunicación política en otras civilizaciones que, si bien no están relacionados con procesos electorales, son decisivos en las batallas por la resignificación.

Sólo a modo de ejemplo mencionemos la estrategia de la maniobra propuesta por Sun Tzú, hace cinco mil años, y que sirve como fuente de inspiración y de referencia para el diseño de estrategias políticas, porque aun siendo una propuesta militar, no tiene su eje de desplazamiento en la fuerza, sino en la inteligencia mediante el cálculo, la astucia, el truco y la sorpresa con estratagemas de presión psicológica apelando a señales visuales, acústicas y gestuales que operan como factores de posicionamiento, de identidad y de poder para ganar las batallas fuera de ellas, no atacando los ejércitos sino las estrategias del enemigo.

La retórica entre el ágora y el balcón

El referente occidental fundante de la comunicación política es el ágora o plaza pública que operaba en la polis griega



como el centro de las relaciones comerciales, políticas y culturales. Es el espacio de comunicación donde la retórica de los oradores se asienta en la palabra exquisitamente argumentada y semánticamente fabricada para deleitar, conmover y convencer, haciendo de la capacidad expresiva un arte. El discurso se construye cuidadosamente considerando dos momentos: el del inventio o establecimiento de los contenidos y el del dispositio o las formas de organización de esos contenidos.

El objetivo de esta forma comunicacional era (y sigue siendo) la persuasión, cuya lógica metodológica sigue una sucesión ordenada de pasos que se inician en el exordium o inicio del discurso, con el hablante convocando la atención del oyente (un chistecito, una anécdota o unos versos son buenos recursos); luego la narratio que procede con la exposición de la tesis; la argumentatio profundiza los sustentos del mensaje y la peroratio que resume lo expuesto enfatizando en los argumentos clave que se busca se fijen (posicionen) en las mentes y los corazones de los interlocutores.

Este sistema, conocido también como aristotélico, funciona estableciendo una relación centrada en el campo de la emisión, pero cuidando el enganche del discurso con las creencias, los estados de ánimo, las percepciones, los temores y las esperanzas de los oyentes, con la finalidad de generar empatías con sus almas o sus sentimientos en tránsito a sus razonamientos.

Los grandes oradores del ágora y los superdotados de la palabra de los siglos siguientes, son los representantes de este género sin duda cautivante no sólo, o no tanto, por lo que se dice, sino por los giros, entonaciones, énfasis y pausas de cómo se lo dice. Esta es la expresión de comunicación política que siglos después de la polis griega domina gran parte de nuestra era republicana. Su finalidad es convencer con grandes discursos desde el balcón, en los sindicatos, en el parlamento, en las plazas y en los recintos universitarios, donde los "pico de oro" o los spickers (hablantes, parlantes, oradores) saben cautivar con la palabra bien entonada siguiendo el hilo de un mensaje coherente, que se expone enfatizando palabras, con pausas que capturan la atención, el gesto bien estudiado, la mueca acompasante, la anécdota oportuna, la arenga convocante, la concentración delirante y la mirada contundente que se traduce en complicidades logradas con empatías que sintonizan persuasivamente los espíritus.

La palabra de los pueblos: ¡Ahora es cuando!

Con la emergencia ciudadana y el tejido de reivindicaciones sectoriales y otras estructurales que demandan como derechos con sus movimientos y luchas, la política combina las construcciones discursivas de los balcones con las demandas de las calles. Los pueblos dejan de ser sólo oyentes, y protagonizan historias organizándose, visibilizándose, ejerciendo su derecho a la palabra, desde su vida, en sus términos que no tienen la estructura de la retórica ni el carisma de las elites políticas ilustradas, sino la fuerza de la palabra postergada y de las gentes que visten overoles de trabajadores, ojotas campesinas, ponchos indígenas, melenas estudiantiles, lentes académicos y polleras anarquistas.

Las voces de protesta aparecen investidas de los rostros y palabras de quienes habitan los bordes de las historias oficiales y quieren meterse en ellas con sus pasquines, sus manifiestos y la fortaleza de sus movilizaciones y andares en las calles, en los mercados, en los cerros, en las carreteras, en los intercambios puerta a puerta, en las tertulias de café, en las vocerías, en las radios militantes. Es el tiempo comunicacional de la participación, de la concientización, de la comunicación popular y de la construcción discursiva política que combina en un orden ideológico irrenunciable de transformación la consigna, la demanda, la propuesta, el testimonio, la marcha, la dinamita o la onda y la movilización. No tiene un período fijo de aparición, convive en distintos momentos históricos con la sed ciudadana de reconocimiento, de equidad, de sociedad de derechos y de justicia.

La lógica de su construcción discursiva parte de la praxis o práctica organizada, la exposición, la interpelación y debate de los discursos que significan las reivindicaciones populares, y contemplan necesariamente mensajes de negociación y fortalecimiento organizativo, en una dialéctica en la que los pueblos le exigen a la comunicación formas de interrelación y a la política espacios de participación. Las estrategias se diseñan desde las voces de los pueblos para retumbar en un solo grito en los centros de los poderes.

Son este tipo de experiencias que le hacen afirmar a María Cristina Mata que además de considerar las dimensiones institucionales de la política (organizaciones, momentos de deliberación y decisión), hay que pensarla como esfera y práctica de la vida colectiva en la cual se diseñan y discuten los sentidos del orden social, es decir, los principios, valores y normas que regulan la vida en común y los proyectos de futuro. Así mismo, la comunicación se asume en complejos intercambios de producción de significaciones en permanente tensión y confrontación. En otros términos, no puede pensarse el quehacer de la política sin actores políticos que construyen proyectos de futuro colectivizando intereses y propuestas.

La marketización de la política. Campañas massmediáticas y videopolítica

Con el proceso de globalización la comunicación sufre un proceso de desenraizamiento paradigmático, liberalizándose en estilos que aligeran la vida. En concordancia, la política se entroniza en las superficies de los discursos, a la par de la sociedad de la imagen, entendida así no sólo por lo que se ve sino también por lo que se aparenta ser.

Es en este contexto que la comunicación política se legitima como disciplina, paradójicamente en su reduccionismo a procesos electorales y a campañas, cuando la expansión comercial incorpora en la política el marketing electoral que posiciona la imagen de los candidatos y las promesas electorales reducidas a eslóganes. De refilón, y prácticamente como excepción, como un elemento que incomoda a los estrategas y publicistas, la aplicación del marketing político, trabaja programas políticos pero no para profundizarlos en debates, sino para traducirlos en frases convocantes.

La academia se encarga de consagrar este proceso comercialista de la política en los cánones del sensacionalismo, provocando que, al ritmo de la dinámica de los medios que dependen del rating y la primicia, se trasladen a la política –y a los políticos- de las plazas y las calles a los sets de radio y televisión, donde en nombre de la sagrada popularidad, se hacen parte del show y de los reality, cantando, bailando o colocándose narices de payaso que contribuyen a banalizar la vida, la democracia y, por supuesto, también la política. Para muchos políticos, el objetivo es aparecer en los medios más que hacer política. Y el objetivo comunicacional, de este proceso conocido como de la videopolítica o de la telepolítica, es persuadir, convencer y generar complicidades para elegir telepresidentes.

Empaquetados los mensajes en spots televisivos, cuñas radiofónicas, artes de prensa, carteles y gigantografías que se organizan en campañas malconfundidas con estrategias, invaden la vida saturando mensajes que dizque se posicionan en las mentes de las poblaciones a las que, por lo general, se las cree manipulables, al más crudo estilo de las teorías hipodérmicas de la comunicación que con la ayuda del feed back venden la creencia que son ilusionistas capaces de convertir las masas en ardientes mi-

litantes.

La lógica de su construcción discursiva, amparada en encuestas de preferencia electoral que parecen destinadas a decidir los destinos de la vida, sigue un curso lineal de sensibilización (afectar los sentimientos de la gente), persuasión (superar indecisiones o encandilar), y posicionar mensajes para convencer y sostener la decisión lograda. A pesar de la variedad de sus formas de exposición, es un sistema entrópico que no deja su carácter difusionista, vertical, manipulador que ilusoriamente se cree lograr con saturación de mensajes.

Las propias limitaciones de este sistema generaron con su estilo la predominancia efectista de la guerra sucia, relegaron el debate político, relievaron la forma por sobre el contenido, confundieron estrategia con campaña y convirtieron a los ciudadanos en clientes consumidores de los avatares de los partidos que juegan con los imaginarios y las ilusiones de la gente.

Es en este sistema que se acuñan conceptualizaciones instrumentales de la comunicación política, como ésta tomada de Wikipedia: "[...] es una disciplina de la ciencia política y de la comunicación, que se ocupa de la producción, la difusión, la diseminación y de los efectos de la información, tanto a través de los medios de comunicación masiva, cuanto de los interpersonales, en un contexto político. Esto incluye el estudio de los medios de comunicación, el análisis de los discursos de los políticos y aquellos que están tratando de influir en el proceso político; así como de las conversaciones formales e informales entre los miembros del público, entre otros aspectos". Difusionismo total en un esquema ganado por la forma y por la instrumentalización de la comunicación reducida a medios y donde los publicistas y los creativos se autoatribuyen roles de estrategas.

La ciberpolítica. Entre la web y el whatsapp

La generalización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, con la incursión de la internet, la web y las redes sociales sacan a las poblaciones de su marasmo oyente y las ponen en la posibilidad de ser productores de mensajes, con lo que protagonizan las construcciones discursivas que ya no giran en torno a grandes proyectos y reivindicaciones, sino a demandas puntuales y pragmáticas, y a "historyboards" de narrativa cotidiana, más emocional que racional.

Tejida de interconexiones en el ciberespacio, se mueve virtualmente a la velocidad de la luz porque está constituida por las formas comunicacionales en tiempo real del internet, los repositorios de información infinita en los sitios web, y la dinámica frenéticamente incontrolable de recepción, recreación y producción de mensajes en las redes sociales arrimadas al WhatsApp. Las noticias circulan al mismo tiempo que los hechos, pero saturando con multiplicidad de notas paralelas que truenan dispersas como las granizadas, y duran lo que dura un rayo sin necesariamente iluminar el ambiente.

La política realizada en estos sistemas, o mejor dicho la ciberpolítica, tiene hasta ahora dos formas de expresión: una organizada en un centro o cerebro establecido en la web y que se asienta en el uso de computadoras con un ritual selectivo de acceso y apropiación a la exposición de un mundo



infinito de datos; y otra despelotada, explosionada en la multiplicidad de centros, o el no centro del WhatsApp facilitado por los celulares cuyo acceso no radica en los cerebros sino en los pulgares.

Es de reconocimiento generalizado que la experiencia fundante de la ciberpolítica es la campaña electoral de Obama el 2008, porque acudiendo a la "política 2.0" vía internet, plantea un sistema multidiscursivo basado en las bondades de las estructuras digitales: la página web que opera como el cerebro o centro de información de los mensajes cuidadosa y rigurosamente manejados por los estrategas siguiendo un plan que considera elementos de "captología" o producción coordinada de mensajes con identidad, y la "usabilidad" que se refiere a la apropiación, reproducción y/o reconstrucción de estos mensajes.

En un inconfundible sistema multimediático o multidiscursivo, los mensajes generados en el cerebro se interconectan proactivamente con la multiplicidad de usuarios mediante el uso de emails o mensajes de texto a servidores y/o celulares con soportes en Facebook, Twitter, Youtube y otros. Este sistema es conocido también como "ciberactivismo", porque acude con frecuencia a la potencialidad que tiene de auto-convocatoria, así como de movilizaciones mediante "tuitazos" que sumados hacen multitudes. Por otra parte, el cerebro nutre de información a los medios tradicionales, con productos a veces en lenguaje de medios masivos y muchas otras con la levedad telegráfica de la internet. Es un sistema combinado además con la retórica, que en sus propios espacios consagró a Obama como a un gran orador, capaz de seguir cautivando con la fuerza de la palabra combinada con la energía del ciberespacio.

En las experiencias más recientes de ciberpolítica, el WhatsApp encamina a las redes sociales hacia tácticas de comunicación que se mueven en los límites de la anomia abusando de la libertad de expresión, y que se convierte en terreno propicio para los "fake news" o procesos de posverdad. Entre los rasgos característicos de esta forma de ciberpolítica están los factores de autoafirmación, de voluntarismo inorgánico, de desentornillamiento, de reensamblaje social y de entropía comunicacional. Es un sistema de campaña virtual sin centro que invade las vidas las 24 horas de todos los días, originándose en múltiples lugares de referencia que desde incontables escenarios invaden con noticias, fotos, avisos, memes e información de archivo, por Netflix, Snapchat o Facebook, sin la pretensión ya de buscar adhesiones militantes ni confianzas, sino para medirse en las cantidades de likes o emoticones favorables que provocan sus mensajes.

La "autoafirmación" se relaciona con la conceptualización que hace Castells de sistema de autocomunicación por la capacidad ilimitada que tiene de generar/recibir mensajes y definir receptores en burbujas o redes que habitan el ciberespacio. Son estallidos de creaciones multidiscursivas de ingenio desbordante, que reflejan una necesidad compulsiva de los cibernautas por expresar, participar y hacerse protagonistas, rubricando con identidad o anónimamente creaciones acumulativas de memes, videos, afiches, fotografías, canciones, grafitis, infografías y artículos que circulan y se reproducen a la misma o mayor velocidad que los acontecimientos, estableciendo hipervínculos interactivos, con su particular lenguaje chat o SMS (short message service) telegráfico, abreviado, irreverente, lúdico, a la vez que directo y contundente; y que transita de las promesas a las vivencias, del eslogan al testimonio y de la palabra a la imagen, con formatos en los que las historias contadas por sus protagonistas reemplazan las discusiones abstractas.

El "voluntarismo inorgánico" es el reflejo de la fábrica de reiteraciones, intoxicación y dispersión de mensajes en una vorágine inacabable de información, que además opera en una dinámica de "desentornillamiento" o desplazamiento de las redes sociales desde las tradicionales formas de comunicación hacia tácticas explosionadas de "casi interacción", en palabras de John Thompson, porque no obedecen a los cánones de las reciprocidades interpersonales ni masivas, sino que desarrollan procesos de intercambio simbólico-digital en comunidades virtuales donde prima la demanda inmediata y la respuesta pragmática, cuestionando la existencia de las ideologías o de las izquierdas y las derechas políticas.

El "reensamblaje social", término acuñado por Bruno Latour, expresa la capacidad de "hacer tendencia" que tienen las redes y el WhatsApp, cuando se articulan las individualidades en un funcionamiento de complementariedades comunitarias. De todas maneras, viralizar mensajes o hacer tendencia son procesos que no están exentos de un sentido de "entropía comunica-

cional", o pérdida de energía y de comunicación, porque tiende a confundirse con un efecto de ilusión autocomplaciente por la que cada cibercomunario se cree "el" autor de resultados, que sin duda se explican en una multiplicidad de otros factores.

La ciberpolítica se dinamiza en cada punto donde con un click nos conectamos al mundo virtual en hipervínculos de redes que operan como factores de movilización y (auto)convocatoria. Un factor a tomar en cuenta es que los algoritmos de las redes generan burbujas cerradas en las que nos autoafirmamos sintiéndonos cómodos y seguros, pero cuando salimos y nos topamos con quienes piensan distinto, no sabemos qué hacer. Así manejado, el algoritmo genera filtros de consecuencias devastadoras para el debate y la interacción con otros, especialmente con los distintos. Se convierte en un camino a la polarización y la confrontación, cuando tiene amplísimas potencialidades tecnológicas y lúdicas para el diálogo, el debate y la construcción colectiva de discurso.



Estrategias multidiscursivas

El pantallazo que hemos mostrado de características que suponen tipologías de la comunicación política, sugiere trabajar estrategias multidiscursivas o multimediáticas, ciertamente organizadas en planes coherentemente estructurados. Esto supone, como una primera condición, combinar adecuadamente los distintos tipos de comunicación política, aplicándolos allá donde sea factible hacerlo, con el cuidado de construir discurso, en cada caso, estructurándolo en sus propios lenguajes y sentidos. Así por ejemplo, la ciberpolítica tiene un lenguaje que no es el del libro, ni el de la oratoria, tampoco el de la televisión, ni el de la calle y, más específicamente, el lenguaje del WhatsApp no es el de web por su temporalidad relámpago, su naturalidad, su derroche participativo y su calidad técnica con las fotografías o filmaciones con celular, que hacen prescindibles las grandes productoras. En la actualidad una estrategia de comunicación política se basa en las capacidades de la ciberpolítica, lo que no debe significar dejar de lado las interrelaciones en la calle, los espacios para la oratoria, así como los roles de reconocimiento social que tienen los medios masivos.

Se trata de trabajar estrategias, no planes operativos de mensajes o de medios, ni meras campañas persuasivas y de posicionamiento. Las estrategias de comunicación deben ser asumidas en el sentido riguroso que plantea Sandra Massoni, de entenderlas como dispositivos de inteligibilidad y de interpelación de la realidad en dimensiones múltiples, habida cuenta que el conocimiento es también acción y no sólo comprensión del mundo, lo que implica considerar las prácticas sociales y políticas de quienes intervienen en los procesos históricos ya sea como militantes, adherentes o simpatizantes o, en el otro polo, como los opuestos, los enemigos y en un limbo difuso y por lo general amplio, los indecisos. La estrategia define escenarios y programa de todo lo que se debe y no decir y de todo lo que se debe o no se debe hacer, señalando caminos y metas para llegar a resultados en el corto, mediano y largo plazo.

Por lo general, las estrategias se suelen concentrar en la fase electoral o de disputa del poder, dejándose de lado el momento del ejercicio del poder o de la hegemonía. Esta separación es sin duda perniciosa, puesto que son procesos concatenados y convivientes, por lo que trabajar programa electoral y programa de gobierno de manera articulada, resulta un ejercicio impostergable que contribuye a superar la improvisación a momento de definir las políticas estatales.

Para la construcción de estrategias una base fundamental es la investigación, que tiene diferentes alternativas, no sólo las encuestas tan cacareadas como factores de verdad en los procesos electorales. Son útiles, es cierto, pero deben complementarse con sondeos, con observación participante y con investigación cualitativa permanente. Las estrategias no pueden basarse en los mandatos y ocurrencias de los líderes, ni en las referencias de otros procesos por más exitosos que fueren, y ni siquiera en el olfato político que da la experiencia. Toda decisión tiene que ser sustentada en un riguroso y permanente reconocimiento de la realidad y, dentro de ella, de la praxis o los procesos políticos, que son tan dinámicos como la construcción discursiva y sus resignificaciones.

Tiene razón Jaime Durán Barba cuando afirma que, si los políticos incorporaran a su trabajo el método científico, serían menos delirantes y podrían conseguir mejores resultados, así como tendrían menos conflictos con el sentido común de los electores. Definitivamente, la investigación en comunicación política es el factor que permite desentrañar con rigor los procesos históricos, estableciendo los decursos de las coyunturas; sigue las idas y venidas de los discursos subyacentes tanto en las expresiones como en las prácticas de los sujetos que intervienen en los procesos históricos; establece las tendencias discursivas que anidan en los sentipensamientos, temores, necesidades y esperanzas de las ciudadanías; y mide con claridad las acciones y las estrategias de todos los participantes, en particular de los oponentes, recordando que la comunicación política es una batalla discursiva por las significaciones, es decir, que es cuestión de dos o más que se confrontan por el poder y la hegemonía.

Las demandas y propuestas ciudadanas deben formar parte de las agendas discursivas, partiendo también de ellas y no sólo desde las aspiraciones partidistas en la definición colectiva del orden político, social y cultural que se aspira para nuestras sociedades. No se trata de innovar formas comunicacionales sino de construirlas en pertinencia indisoluble con los proyectos políticos y las utopías de sociedad. Son ellos los que acomodan el orden innovativo o renovador de la comunicación y de la política.

Con la ciberpolítica, la comunicación política se está (re)descubriendo en los cánones de la comunicación participativa, asumida como una superación del sentido unidireccional de la información y la difusión característica de la retórica y, especialmente, del marketing electoral. Pero es necesario hacer notar que no se está inventando la participación, como lo quieren dar a entender algunos ciber-estrategas-políticos. El saber escuchar para hablar es tan antiguo como el origen de la humanidad y, de manera más sistemática, la comunicación participativa tiene sus orígenes prácticos con la radio educativa en los años cincuenta del siglo pasado, y su apropiación académica está enraizada en la iniciativa latinoamericana de los años sesentas con la comunicación educativa, la comunicación para el desarrollo y la comunicación popular, de cuyo bagaje teórico y metodológico la comunicación política se tiene que saber nutrir.

Hemos afirmado que la comunicación política es la batalla de las construcciones discursivas por las significaciones para el poder y la hegemonía, lo que supone un acto comunicacional relacional, donde las personas son sujetos históricos, no votantes; son actores políticos, no clientes; son ciudadanos, no consumidores ni clientes.

Son, en definitiva, protagonistas de la historia, por eso los sentidos de la comunicación no pueden detenerse en persuadir, o posicionar, o sensibilizar, o informar, o retroalimentar, se trata de establecer mediaciones con los sentipensamientos y la capacidad ciudadana de apropiarse del discurso, procesarlo y re/construirlo desde sus prácticas sociales y políticas, a la luz de ideologías que no se agotan, aunque los agoreros del fin de la historia quisieran que no existan, sin darse cuenta que éste deseo y esta lectura de la realidad, de hecho son ya una construcción ideológica que raya en la insignificancia apolítica, cuando hacer política es, bajo cualquier circunstancia, un acto de emancipación desde una particular forma de percepción, representación y proyección del mundo.

** Sociólogo y comunicólogo boliviano. Ha sido Secretario General de la Comunidad Andina (CAN)*

Cómo el algoritmo secuestró a la democracia



Por Claudio Fabián Guevara*

El conocimiento íntimo de los individuos le abre la puerta a una nueva forma de gerenciamiento político de las sociedades. Breve semblanza del Totalitarismo 2.0.

Un nuevo paradigma de conocimiento y manipulación de la sociedad emerge de la formidable concentración de datos y recursos que acumulan las redes informáticas. Las aplicaciones interactivas, plataformas de redes sociales, telefonía móvil e inteligencia artificial colectan cada día millones de datos personales y dominan cada vez más la vida de la gente. Cinco corporaciones planetarias que hunden sus raíces en el corazón del sistma financiero mundial lo saben todo sobre nosotros.

El conocimiento íntimo de los individuos, el control en tiempo real de sus desplazamientos y consumos, pensamientos y emociones, le abre la puerta a una nueva forma de gerenciamiento político de las sociedades. Totalitarismo 2.0 puede ser un nombre apropiado: el ciudadano depende de las redes de servicios para casi todas sus operaciones vitales, es sujeto de un espionaje cibernético permanente y crea su idea del mundo en la burbuja perceptual del sistema. El poder puede aspirar a un control total de su vida. Y -a través de la manipulación, el chantaje o el crimen contra personajes influyentes- de la entera sociedad.

Cómo Internet está matando la democracia

José María Espona en "Totalitarismo Tecnológico Versión 2.0: Por qué el avance tecnológico y la crisis financiera nos lleva inevitablemente al Totalitarismo" advierte que se está configurando una dictadura electrónica sin precedentes, un sistema controlado por una minoría capaz de manipular la mecánica de los partidos políticos, de los grandes medios de comunicación, cambiar la legislación y utilizar el propio aparato del Estado de Derecho.

Espona denomina "tiranía bancaria" a este régimen disfrazado de "democracia".

Jaime Bartlett, que estudia la relación entre nuevas tecnologías y democracia, en su libro "El pueblo versus la tecnología: cómo internet está matando la democracia", pronostica que si la política no impone su autoridad sobre el mundo digital, la tecnología destruirá la democracia y el orden social tal como los conocemos.

Por el momento, mientras se demora un marco normativo que detenga su concentración en manos privadas, la tecnología está ganando esta batalla. Sociedades enteras están siendo capturadas, teledirigidas, heterodeterminadas por una sofisticada coordinación de dispositivos. Un puñado de programadores está imponiendo una nueva forma de control social a escala planetaria.

América Latina es un territorio vulnerable. Países como Argentina, Brasil y Ecuador son laboratorios avanzados de la tendencia, donde bajo el ropaje formal de la democracia se va consolidando un nuevo modelo de gestión política: el Totalitarismo 2.0. ¿Cuáles son sus características, sus patrones más visibles?

Tendencias del Totalitarismo 2.0 – El poder colonial se deslocaliza y se invisibiliza.

Décadas atrás, las estrategias de dominación colonial eran manifiestas y visibles. El Imperialismo industrial, de violencia explícita, hería sentimientos nacionales y provocaba procesos de resistencia y acumulación de fuerzas populares. Ahora el Imperialismo financiero pone el énfasis en la invisibilidad y en la creación de una subordinación consentida. No se sabe a ciencia cierta dónde ni quién encarna el poder. La tecnología digital sobrepasa el modelo "democrático- nacional" y es no-geográfica y descentralizada. Las redes tecnológicas son poderes supra-nacionales sin domicilio fijo.

Describe Adolfo Moreno: "Este grupo de corporaciones domina el mundo como antes lo hicieron las potencias coloniales. Sin derramar sangre, logran capturar miles de millones de "almas". Su poder reside en el algoritmo". Rosa Miriam Elizalde lo llama Colonialismo 2.0.

En esta etapa, los golpes de Estado y los magnicidios son reemplazados por revoluciones de colores, golpes suaves y asesinatos encubiertos y selectivos. Las invasiones militares con ejércitos de bandera dejan su lugar a ejércitos difusos y tropas mercenarias. La proscripción de partidos y los prisioneros políticos han sido reemplazados por el lawfare, el linchamiento mediático y el aislamiento de los líderes por la propaganda. Las metrópolis imperiales vuelven a someter a las antiguas colonias emancipadas, pero ahora merced a "la voluntad de las urnas", "el clamor de los mercados" y el deseo de los usuarios.

Una simbiosis gobierno-justicia-medios impone su propia realidad virtual. La antigua división de poderes propia del Estado de Derecho se va convirtiendo en una gestión monolítica y sin fisuras de un poder homogéneo y unificado. Las instituciones republicanas son cooptadas. Una extraordinaria coordinación de acciones e intereses mancomunados reemplaza las diferencias de criterio, las deliberaciones y los contrapesos entre los diferentes poderes. Los noticieros crean culpables para explicar el siempre creciente empeoramiento de las condiciones de vida. Mediante un retorcimiento de leyes y procedimientos, ciertos objetivos políticos son encarcelados en procesos judiciales aberrantes y exhibidos como delincuentes en las pantallas.

Se profundiza la militarización y el Estado policial. A la par que el lenguaje cotidiano de los medios glorifica la guerra y la represión, se multiplican las leyes antiterroristas y los dispositivos represivos. Una nube negra de exabruptos en boca de presidentes y ministros advierte a los ciudadanos que las garantías constitucionales y la presunción de inocencia son casi cosa del pasado. Decretos y leyes especiales van configurando un estado de excepción, donde las ejecuciones sumarias y la justicia por mano propia son aplaudidas y alentadas. La TV vocifera consignas y señala culpables y enemigos. Se multiplican los muros y se eliminan derechos. Las negociaciones interclasistas son suprimidas y reemplazadas por un fascismo contractual, donde los más fuertes imponen sus criterios sin contrapesos.

Se avanza hacia el voto electrónico. En las sociedades subalternas se tiende a encerrar dentro del espacio cibernético, pese a que cualquier tecnología electrónica que suplante al voto manual, controlable por cada partido, conlleva inseguridad, vulnerabilidad y posible distorsión de la voluntad ciudadana. Los programadores globales intentan cerrar el cerco. Con el control de los procesos electorales, la dictadura electrónica consagraría el control total del sistema político. Boaventura de Souza lo denomina Fraude 2.0.

El Totalitarismo 2.0 aplica una combinación de ciencia y tecnología, acompañada de una manipulación de las instituciones republicanas, para normalizar el pasaje hacia un régimen político de control centralizado, inadvertido por la población.

Es, como dice Boaventura, la muerte democrática de la democracia.

**Periodista e investigador argentino-mexicano. Doctor en Sustentabilidad, Desarrollo y Turismo por la Universidad de Guadalajara.* *Publicado originalmente en diariodevallarta.com*